行业期刊媒体融合发展之路探析

孟婷婷
（人民调解杂志社，北京 100035）

摘　要：随着新兴媒体的诞生，媒体融合成为许多传统媒体的突围之举。其中，行业性期刊在传统媒体中因自身的鲜明特点受人关注。如何找到适合自身特性的媒体融合发展之路，值得探索。本文从行业性期刊的特点与困境、媒体融合发展的现状，探索行业期刊媒体融合的发展路径。

关键词：媒体融合；行业期刊；纸媒；全文数据库；刊网融合；社交媒体　　**中图分类号：**G237.5　　**文献标识码：**A
文章编号：1671-0134（2021）04-037-03　　**DOI：**10.19483/j.cnki.11-4653/n.2021.04.006
本文著录格式：孟婷婷 . 行业期刊媒体融合发展之路探析 [J]. 中国传媒科技，2021（04）：37-39.

互联网技术的发展，重新定义了人们的生活方式和行为习惯，也改变了人们获取信息的途径。随着新兴媒体的诞生，媒体生存业态发生了翻天覆地的变化，纸媒既有的传播中心地位和内容生产主体地位旁落，传统媒体受到前所未有的挑战。面对受众减少、发行量下滑等严峻态势，媒体融合成为许多传统媒体的突围之举。2014 年 8 月 18 日，中央全面深化改革领导小组第四次会议审议通过了《关于推动传统媒体和新兴媒体融合发展的指导意见》，将“媒体融合”正式上升为国家战略。2020 年 9 月，中共中央办公厅、国务院办公厅印发《关于加快推进媒体深度融合发展的意见》，提出了媒体深度融合发展的总体要求，要求推动主力军全面挺进主战场，做大做强网络平台，占领新兴传播阵地。

媒体融合之路开启以来，包括图书、期刊、报纸等纸媒的传统媒体不断摸索前行，取得了一些成绩，也遇到了一些瓶颈。其中，行业性期刊在传统媒体中因自身的鲜明特点受人关注。它不同于大众刊物，也有别于学术性期刊，如何找到适合自身特性的媒体融合发展之路，值得探索。

1. 行业性期刊的特点与困境

据国家新闻出版署 2019 年新闻出版产业分析报告显示，2019 年全国共出版期刊 10171 种，总印数 21.89 亿册。该分析报告在划分期刊类型时，分为哲学社会科学、文化教育、文学艺术、自然科学技术和综合类 5 类。虽然未专门划分出行业性期刊，但实践中，行业性期刊遍布社会生活中的各个行业、领域，并在各行业、领域内具有一定的影响力。

行业性期刊是指依托某一特定行业、系统创办，将该行业、系统信息作为主要报道范围，以该行业、系统有关群体为受众，通过该行业、系统进行发行和经营的期刊。[1] 行业性期刊的特性，对行业期刊来说既是优势也是劣势。优势是：其一，期刊具有行业指导性和权威性。行业期刊的主办单位多为行业主管部门及其下属事业单位、行业相关科研院所和行业学会协会、行业相关企业主办，是行业主管部门宣传本行业工作的重要载体，指导管理本行业工作的重要手段，具备一定的指导性、权威性，在行业内较有影响力。目前我国很多行业期刊都具有悠久的传承历史，为推动所在行业的发展发挥了积极作用。其二，发行有一定保障。在本行业系统的支持下，行业期刊发行量有一定保障和稳定性，因而在受到新媒体冲击时，大众媒体屡现倒闭，而行业期刊相对稳定。但这种优势也是相对的、暂时的，随着媒体生存业态的改变，行业期刊受众面窄，发行渠道受限的劣势日渐显现。行业期刊以其特定行业的信息为报道内容，读者定位主要面向行业关联者，包括行业从业者、研究者、指导管理和服务对象等，专业性较强，受众群体特定，因而对本行业、系统领域有很强的依赖性。甚至很多行业期刊自办发行，只对本行业系统销售。在大众媒体纷纷向媒体融合转型时，行业期刊因其受众面窄，在新媒体平台上难觅知音，又很难找到赢利点，无法形成成熟的盈利模式，所以媒体融合进程并不理想。加之国家推进国有经营性文化事业单位转企改制，行业期刊社自收自支，要解决生存问题，还要发挥好主流媒体作用，压力较大。面对传播竞争力有限、行业影响力减弱、经营收入下降等问题，行业性期刊亟须调整升级，开拓发展路径。

2. 行业性期刊媒体融合发展现状

什么是媒体融合？ 1983 年，美国学者伊契尔·索勒·普尔在《自由的科技》一书中提出了“传播形态融合”，指出电子信息技术将使传统媒体相互隔离的传播模式彻底改变，从而向新的融合模式演进。之后，经历了从“媒介融合”到“媒体融合”的认知演进，“媒体融合”逐渐成为传播学的发展趋势和研究热点。具体而言，媒体融合是把报纸、电视台、电台等传统媒体与互联网、手机、手持智能终端等新兴媒体传播通道有效结合，资源共享，集中处理，衍生出不同形式的信息产品，然后通过不同的平台传播给受众，是在信息传输通道多元化下的新作业模式。

当前，期刊与新媒体融合的形式大约有 4 种：全文数据库、自建网站、社交媒体（微信公众号、微博、内容聚合平台等）以及期刊 App。[2] 对各种媒体融合形式的了解，有助于我们找到行业期刊的媒体融合之道。

2.1　全文数据库

全文数据库，即将期刊内容进行数字加工，通过网络平台进行数字发布，供用户阅读、下载。其中，付费阅读者居多。全文数据库是刊网融合的一种模式，其具有信息检索功能，可以使用户在海量文章中很容易地找

到自己需要的内容，为用户提供方便快捷的信息服务；具有统计分析功能，可以根据文章的传播和使用数据形成影响力评价指标，对期刊的应用价值作出客观评估，为提高文章质量提供参考。目前，我国较大型的期刊全文数据库有中国知网、万方数据库、维普期刊服务平台等。他们具有较强的技术优势、资源聚合能力和市场占有率。期刊与他们合作，只需签订相关协议，按时提供刊物，即可实现期刊的数字化出版与网络传播。这种合作模式在一定程度上可以解决传统期刊在网络技术人才、研发、运营经费等方面的不足。[3] 但同时，这种模式的利益分配多偏向于渠道提供商，作为内容供应商的期刊社收益不多，想用此收益支撑行业期刊的发展是不可能的。

2.2 自建网站

自建网站主要指期刊社自主创建和运行的网站。纵观当前各类期刊网站，一般有以下几种功能和类型：一是树立形象；二是数字出版；三是线上编辑；四是业务拓展。

树立形象的网站，一般将期刊目录、文章摘要予以发布，以吸引读者，争取潜在订户。同时，发布杂志社动态、行业信息、有关社会新闻等，以扩大影响力，为期刊发行引流。如中国火炬杂志社（由中国关心下一代工作委员会主管主办）网站，上传期刊导读信息，并及时发布各地相关工作信息。

进行数字出版的网站，发布电子期刊，由用户付费或免费下载。有的开放部分文章的试读，进而吸引用户订阅数字或纸刊期刊；有的对过刊提供免费下载；有的要求用户登录网站获取积分以换取下载资格……形式多样，不一而足。如经济研究杂志社网站，目前对 2010 年以前的过刊数据库提供免费下载，对 2011 年以后的过刊，由读者积累点数进行下载。

通过网站进行线上编辑，可以实现在线投稿、审稿等。在线编辑系统可通过系统设置规范投稿格式，并为作者提供审稿状态实时查询服务，提高稿件处理效率。如出版发行研究杂志社网站主要用于在线投稿审稿，每篇投稿都分配编号，作者可通过编号进行查询，网站也会实时公布录用通知。再如中国火炬杂志社网站，通讯员自主上传新闻，杂志社后台审核发布，提升了信息发布效率。

致力于业务拓展的网站，利用行业期刊在行业内的影响力，扩展发布行业综合性信息，提供行业服务，甚至经营行业产品，形成该行业的门户网站。如家庭医生在线网站，利用《家庭医生》近 40 年品牌的影响力，注册成立了家庭医生在线信息有限公司，网站内容包括各种健康知识、健康咨询、就诊服务等，成为专业的健康门户网站。该网站拥有独立的采编队伍、技术队伍和市场运营部门。

以上功能，很多行业期刊社网站兼而有之，很好地助推了期刊的发展。但也有很多网站，缺少内容建设，栏目空置，更新滞后，维护工作明显不足。

2.3 社交媒体平台

社交媒体是指人们可以撰写、分享、评价、讨论的网站和平台。现阶段，社交媒体主要包括社交网站、微博、微信和信息聚合类平台等。这其中，微信公众号的应用，因开户门槛低、使用方便，在行业期刊领域得到了普及。微信内容传播具有自由度高、多媒体传播、传播互动及时、阅读可选择性强等优势。但目前，很多行业期刊公众号并未充分发挥出微信传播的优势，表现出形式单一、缺少互动、建设粗放等问题。有的公众号推送内容以原刊文章为主，没有利用图片、声音、视频等多媒体手段拓展新内容；有的与读者缺少互动，推文下方留言寥寥无几，其本质上还是单向传播；有的菜单设置过于简单，运维敷衍潦草；还有的推送频次不固定，更新不及时……总体而言，尚未实现“刊”与“号”的真正融合。

信息聚合平台实质是一个大型信息分发基站，其本身不生产内容，而是由内容生产商入驻平台提供讯息。平台将各种信息聚合后针对不同用户的需求进行分发，凸显了信息供给的个性化特点。平台会分析用户的行为和需求，记录、甄别用户的每次阅读轨迹，推算出每个人的兴趣喜好，据此给用户推送特定信息。用户也可以通过自己的兴趣创建自己个性化的信息界面，从而形成“千人千面”的新闻生产方式。当前，很多期刊纷纷进军信息聚合平台，如头条号、大鱼号、抖音等。《党史博采》（中共河北省委党史研究室主管）便很早入驻了“今日头条”，在网络视频的风口，又成功入驻西瓜视频、抖音号和视频号等，各种聚合平台粉丝 727 万。2018 年至 2020 年，《党史博采》入驻抖音两年间，创作作品 450 余部，点赞数量 8000 万次，播放量 20 多亿次。但同时也应看到，信息聚合平台较受欢迎的信息，多是大众性、通俗类内容，带有很强专业性的行业文章受关注程度并不乐观。

2.4 期刊 App

期刊 App 就是期刊的手机软件，通过它可以获取用户数据、动态掌握用户需求，并进行网上付费。期刊 App 主要有两种形式：一种是由期刊社独立开发、运行的 App。这类 App 以期刊数字出版为主，有些 App 还提供线上课程和有声读物等。如读者、新周刊、意林、Vista 看天下等杂志，均开发了自己的 App。但这些均是大众刊物，行业期刊独立运作 App 的少之又少。还有一种是集合多种期刊形成的综合性期刊 App。如博看书院 App，收录了多种期刊、图书、报纸等。

3. 行业期刊媒体融合发展路径探索

3.1 正确认识和积极面对媒体融合发展

很多行业期刊历史悠久，形成了固有的思维方式和工作模式，囿于陈规，还处在观望、犹豫状态，没有以积极态度参与到媒体融合进程中。应该看到，媒体融合是社会发展的必然要求，是时代发展的必然趋势。不进则退，行业期刊应积极迎战数字浪潮的挑战，推进行业期刊改革创新，掌握发展的主动权。

同时，要正确认识传统媒体与新媒体的关系，不能因为专注传统媒体而拒绝、轻视新媒体，也不能因为发展新媒体而忽视、放弃传统媒体。习近平总书记指出，“传统媒体和新兴媒体不是取代关系，而是迭代关系；不是谁主谁次，而是此长彼长；不是谁强谁弱，而是优势互补”“要坚持一体化发展方向，加快从相加阶段迈向相融阶段”。传统媒体与新媒体各有长短，要相互补足，

才能相得益彰，携手并进。

3.2 树立融合发展思维，创新融合出版模式

媒体融合不是简单的“加减”，而是一次系统性的革命。期刊社应树立融合发展思维，探索适合自身的融合出版模式，实现从形式到实质的真正融合。

传统媒体与新媒体的融合包括了出版流程、内容、渠道、平台、队伍、经营、管理等多个方面，需以互联网思维优化资源配置，合理布局先进技术、优质内容、专业人才、项目资金等，对期刊出版进行全方位的设计、优化，以推动传统媒体与新媒体的有效衔接、高效融合。

需构建适应全媒体生产传播的内部组织架构和新型采编流程，形成集约高效的内容生产体系和传播链条。从“受众”意识向“用户”意识转变，深入推进内容生产供给侧结构性改革，不局限于照搬原刊内容，积极提供个性化、特色化信息产品。充分利用新媒体集视、听、看、写于一身的特点，融入新创意、新技术、新手段，丰富数字出版的内容形式，提升内容传播效果。积极采用网上编审，加强线上线下与读者、作者的互动，创新互动模式。

不同形式的新媒体平台应相互助力，网站、公众号、社交媒体账号等相互链接，形成多终端的传播合力。如，适应新媒体碎片化、快阅读、浅阅读的特点，期刊文章可提炼信息推送给用户，用户想获取进一步的详细报道，则通过链接订阅数字或纸质期刊。拓展移动互联网时代的期刊发行新渠道，实现线上线下、多方式征订。

媒体融合形式要适应自身情况，既不能停滞不前，也不能盲目拓展。很多期刊匆匆上马新媒体，但后续运维跟不上，没有足够的人力、物力作保障。有条件的期刊可自办网站、开发 App；没有条件的，借助社交媒体也可以做得风生水起。

3.3 突出专业特色，强化内容融合

习近平总书记指出：“内容永远是根本，融合发展必须坚持内容为王，以内容优势赢得发展优势。”在信息爆炸时代，信息资讯空前丰富，媒体融合发展要形成自己的内容特色，才能具有生命力。而行业期刊的最大特色就是精于专业内容，对于用户获取全面准确的行业信息具有不可替代的作用。因此，行业期刊要坚持立足于行业、系统的发展，充分发挥自身的专业优势，提供具有行业影响力的内容资源，夯实在本行业、系统的权威地位。

根据用户需求的不同和新媒体传播方式的特点，行业期刊应发掘最有效的信息服务方式，做到精准出版。如，利用新媒体技术，将期刊内容重新排列组合，根据不同读者群体进行推送，为用户提供多样化、个性化服务。[3]笔者所在的《人民调解》杂志，是司法部主管的宣传人民调解工作的刊物，所面对的读者，既有调解工作的指导管理者，也有身处一线的人民调解员，因为工作内容的不同，对行业信息的关注点的也不尽相同。为尽可能满足读者的不同需求，我刊拓展文章类型，设置了高层资讯、经验交流、理论研讨、调解故事、调解艺术、调解案例剖析、模范人物、法律解答等不同栏目。通过数字出版，可以将分散在各期的同一栏目文章组合到一起提供给用户。也可将不同主题的内容汇总，如人民调解制度建设、人民调解员队伍建设；婚姻家庭纠纷调解、医疗纠纷调解、交通事故纠纷调解；行业性专业性人民调解组织建设、人民调解中心建设、人民调解室建设等不同主题的报道，分类后汇总，有效提高信息服务的针对性和准确性。

互联网时代，传统的“人找信息”已经转变为“信息找人”。行业期刊要吸引用户，黏住用户，须以传统期刊为根，以扎实的内容为基，紧抓行业资源，贴近行业用户，才能使新媒体产品凸显特色，在市场上具有竞争力和不可替代性。

3.4 培养全媒体人才，加强媒体融合队伍建设

2016 年 2 月 19 日，习近平总书记在党的新闻舆论工作座谈会上指出，媒体竞争关键是人才竞争，媒体优势核心是人才优势，并要求新闻舆论工作者“努力成为全媒型、专家型人才”。新媒体时效性强、更新快，想做好并不容易，没有专门人才作保障，仅靠传统媒体编辑兼做的方法，是不可能长久的。媒体融合发展，必须要有一支适应融合出版的复合型、全媒体人才队伍做支撑。这支队伍要具备良好的选题策划能力和文字处理能力，要熟练掌握计算机、移动传媒技术，要能利用新媒介为作者、读者和审稿专家提供个性化服务，要会运用大数据对作者库和读者库进行分析、维护。[4]然而，目前大部分行业期刊仍因循纸质出版的制作流程，对融合出版的制作、传播、宣传以及运营等工作缺少经验，无法适应媒体融合时代的出版生态模式。要改变这一状况，一方面要加大编辑人员融合出版技能培训，通过集中培训、自主学习、传帮带等方式，促使编辑掌握新媒体技能。另一方面要加大融合出版人才的引进，为促进行业期刊可持续发展做好人才储备。

媒体融合时代，行业期刊机遇和挑战并存。行业期刊要打开媒介融合出版格局，守正创新，积极开拓，拥抱“融”时代的到来。只要坚持深耕，用心发现，不懈努力，一定能在媒体融合的新时代开辟一片自己的天地。媒

参考文献

[1] 张爱玲 . 行业期刊媒体融合发展思路探讨 [J]. 中国传媒科技，2017（11）：33-34.

[2] 杨丹丹，胡雪敏 . 媒介融合环境下我国编辑出版学学术期刊融合出版现状研究 [J]. 出版发行研究，2020（1）：50-54.

[3] 鲁璐，浅析学术期刊媒体融合的新模式与新问题 [J]. 现代出版，2020（6）.

[4] 谢暄，蒋晓，何雨莲，等 .“融”时代下学术期刊媒体融合发展策略 [J]. 编辑学报，2017（6）：218-221.

[5] 于茜，媒体融合背景下的学术期刊转型之路 [J]. 新闻爱好者，2019 年（10）：60-62.

作者简介：孟婷婷（1975-），女，山东淄博，副总编辑（副编审），研究方向：媒体融合。

（责任编辑：李净）